



Стандарти новинної журналістики



План

- 1 Новинні стандарти.**
 - 2 Інформація з інтернету: переваги та недоліки.**
 - 3 Баланс позитиву та негативу в новинах.**
 - 4 Подача фактів, а не журналістських коментарів.**
 - 5 Суб'єктивізм: правила уникнення. Оцінювальна лексика.**
- Аналітика в новинах.**



«Якби світ був досконалий, "Редакційні настанови Бі-бі-сі" склалися би з однієї фрази: керуйтеся власною думкою.

Журналісти помиляються, політики хочуть маніпулювати громадською думкою, держави – міняти реальність за допомогою пропаганди. Саме тому Бі-бі-сі має свої редакційні настанови для журналістів на різні випадки, прописані більше як на 200 сторінках; журналісти компанії мають знати ці настанови й користуватися ними у щоденній роботі. Ці настанови «сприятимуть у підготовці таких програм, якими ми всі зможемо пишатися і які відповідатимуть найвищим стандартам, що їх за правом очікує від нас громадськість», – генеральний директор найбільшої телерадіомовної компанії світу Бі-бі-сі Марк Томпсон..



**часто медіа по-різному інтерпретують події
не вдаються до перевірки першоджерел:**

**-Інформація про голого чоловіка з Ірпеня, в якого кабани
вкрали одяг**



Редакційні цінності Бі-бі-сі.

**правдивість і точність,
безсторонність і багатоманітність думок,
редакційна чесність і незалежність,
служіння суспільним інтересам,
справедливість,
недоторканість приватного життя,
недискримінація,
врахування інтересів вразливих груп
суспільства,
підзвітність аудиторії.**



Баланс думок: зібрано думки всіх сторін конфлікту чи всіх важливих гравців, коли йдеться про подію чи проблему.

Оперативність: подача інформації в найближчому випуску теле- чи радіоновин, номері газети / журналу, максимально швидко в онлайн-медіа.

Достовірність: ідеться про те, звідки, з яких джерел надійшла інформація і чи компетентними є ці джерела.

Точність: відповідність кожного поданого факту реальності; дослівність цитування / переказу думок.

Відокремлення фактів від коментарів: у новинах неприйнятні жодні оцінки й висновки журналіста (ведучого чи репортера), кожна суб'єктивна думка має бути чітко позначена.

Повнота: наявність ключових даних про подію, тобто з новини має бути зрозуміло, що, коли, де, як і чому сталося, хто до цього причетний.

І є лише один вихід із цієї ситуації: робити меншу кількість новин, приділяти кожній новині трохи більше часу, але сприймати повідомлення в соцмережі не як інформацію, придатну до негайної публікації з припискою «про це повідомив у своєму фейсбуку», а як інформаційний привід. Який потребує перевірки, доповнення, критичного аналізу, балансу.

https://zaxid.net/nastupnogo_tizhnya_u_lvovi_rozpochnutsya_zyomki_serialu_komisar_reks_n1382578

<https://projects.platfor.ma/komisar-feik/>

ZAXID.NET просить пробачення у своїх читачів і колег з інших ЗМІ, які передрукували наше повідомлення. Ми, як і ви, стали жертвами майстерної фальшивки.

<https://zaxid.net/news/>

Я вважаю, що з результатами цього експерименту мають ознайомитись не тільки українські журналісти, а і європейські, тому що засилля неправдивої інформації – це хвороба сучасної журналістики



Вірити чи не вірити таким повідомленням?

**Сумські іменинники взяли шлюб за добу на
горі**

<http://debaty.sumy.ua/news/society/sumski-imenynnyky-vzyaly-shlyub-za-dobu-na-gori>

**Той, хто дає інформацію журналісту, має
бути:**



а) компетентним;



б) причетним до події, про яку йдеться;

в) ГОТОВИМ ВІДПОВІДАТИ ЗА СКАЗАНЕ.

Пам'ятайте!!!

- Важливо ХТО саме передає інформацію журналістові.
- Першоджерела надійніші за поширювачів чуток.
- Хоча першоджерела також можуть бути ненадійними і переслідувати власні інтереси.
- Непричетний до події інформатор є надійнішим, аніж той, що має свої інтереси.



Олексій Мустафін: Термін «погані новини» є багатозначним. Величезною проблемою є не новини негативного змісту, а неякісні новини. В умовах війни та кризи журналісти почали ставитися з меншою прискіпливістю до своєї роботи, падіння професійності становить велику проблему. А будь-яка новина, подана неякісно, – це і є погана новина.



“Коктейль негативу”,

І за словами психологів, депресивний настрій людям, а особливо дітям, нерідко навіюють засоби масової інформації. За словами Уляни Луцик, доктора медичних наук, це може призвести до небезпечних наслідків: «На сьогоднішній день неможливо увімкнути жодного каналу. На перше місце скрізь виступає негативно. Що це породжує? Песимізм, негативізм, страх перед майбутнім, психосоматика, тобто захворювання тіла людини внаслідок психологічного впливу негативу, і далі депресія.

Набір сюжетів у наведеній послідовності: На Донеччині дітей привалила бетонна плита; Діти з української футбольної команди потрапили у смертельну ДТП в Білорусі; Бойовики на Донбасі вдвічі збільшили кількість обстрілів, є втрати; У центрі Луцька чоловік підпалив сам себе; На Львівщині жінку, патрульну поліції, штрикнули ножом у живіт – велика втрата крові, реанімація, Київщиною прокотився сильний буревій, є руйнування...”, - йшлося у ранковому випуску одного з топових українських телеканалів «1+1» за 14.05.18. Насамкінець випуску – «крапля позитиву» – качка з каченятами переходили дорогу, їх помітили добрі водії – і не задавили!..

Мустафін: “У 2008 році на “Студії “1+1” змінився топ-менеджмент. Канал перейшов під оруду виконавчого директора, румуна Адріана Сирбу. Перший приїзд пана Сирбу на канал викликав справжній фурор: новий куратор привіз румунських тренерів-наглядачів та оголосив колективові “Плюсів”, що відтепер чекає від них більш “жовтих”, розважальних новин, Пізніше цю ідею було конкретизовано в концепції шести “С” (скандал, секс, сенсація, смерть, страх, сміх) і одного «Г» (гроші), на які мають орієнтуватись новинарі. Невдовзі інші українські ЗМІ, а особливо телебачення, перехопили згадану модель, і потихеньку робили те саме. Тобто, почали шукати новини, які знаходять емоційний відгук у глядачів. Звичайно, емоції бувають різні, але найсильнішими вважаються негативні. Власне, тут і відповідь на запитання, чому в добірці інформації до випусків новин перевага віддається саме негативним темам”.